

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวง  
ไทยจำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า  
จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นายวิฑิตย์ โตทอง

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพุกษ์  
อาจารย์เชมกร ไชยประสิทธิ์

ประธานกรรมการ  
กรรมการ

### **บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ  
ให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัด  
เชียงใหม่

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ  
จำนวน 331 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่  
ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง  
การตลาดบริการโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับคือปัจจัยด้านบุคลากร ด้านสถานที่  
ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและ  
ด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับ  
ปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดและมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการ  
ให้บริการแต่ละด้าน ประกอบด้วย

ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีบุคลิกภาพและ การแต่งกายที่ดูดี ด้านสถานที่ ได้แก่ การมีที่ตั้งในศูนย์การค้า ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ เช่น การเปิดบัญชี การฝาก-ถอนเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพตรงตามความต้องการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีการเปิดไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างและระบบปรับอากาศในระดับที่เหมาะสม ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บ และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีการส่งเสริมการขายน่าสนใจ เช่น ฝากเงินบัญชีออมทรัพย์มีสิทธิชิงโชครถยนต์

สำหรับปัญหาที่พบในการใช้บริการ คือสถานที่คับแคบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title**      Customers' Satisfaction Towards Services of Siam City  
Bank Public Company Limited, Central Airport Plaza  
Sub-branch, Chiang Mai Province

**Author**                                      Mr. Withit Tothong

**Degree**                                        Mater of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Krisana Ratanapruck                      Chairperson

Lecturer Kemakorn Chairprasit                                      Member

**ABSTRACT**

The objective of this study was to study customer satisfaction towards services of Siam City Bank Public Company Limited, Central Airport Plaza sub-branch, Chiang Mai Province.

Questionnaires were used for data collection from 331 customers of Siam City Bank Public Company Limited, Central Airport Plaza sub-branch, Chiang Mai Province. The collected data was compiled and analyzed by descriptive statistics using frequency, percentage and mean.

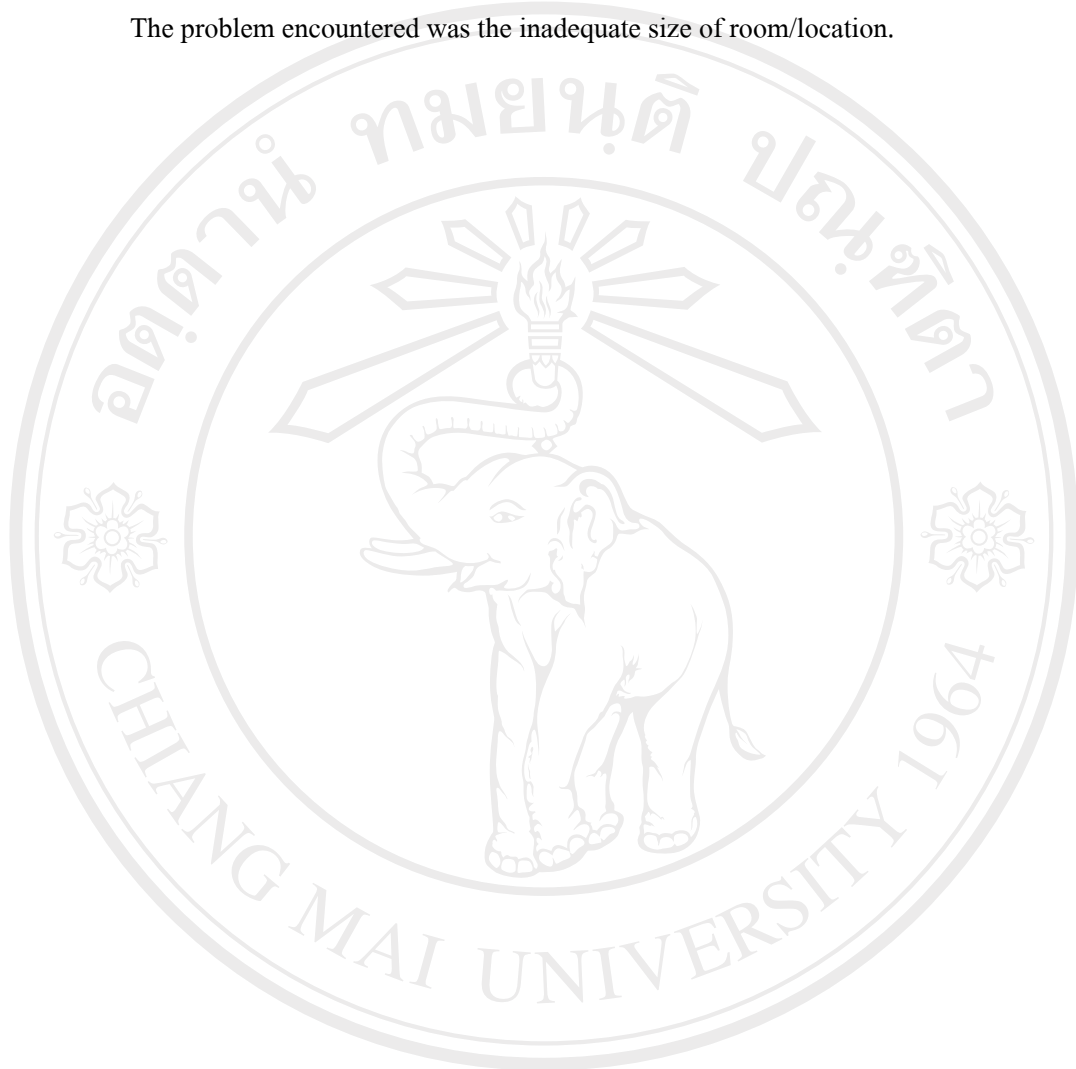
According to the results of study regarding the satisfaction towards services marketing mix factors, the respondents paid high concerns respectively on factors of people, place, process, physical evidence and price. For promotion the satisfaction of customers were at a medium level.

The sub-factors which were found at a high level towards customer satisfaction were as follows.

The people sub-factors were good personality and appropriate dressing of the staff. The location in the mall area was a sub-factor for place. The process sub-factors were convenient contact and services, e.g. new account opening, cash deposit/withdrawal. The product sub-factors were product and service quality that met customer needs. The physical evidence sub-factors were sufficient lights and the appropriate temperature in the bank. The price sub-factor was the

appropriate fee rates. The promotion sub-factor was the interesting sales promotion, e.g. sweeps take with a car reward for deposit saving account customers.

The problem encountered was the inadequate size of room/location.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved